

Secciones

- I.** Internet y Comercio Electrónico
- II.** Mercados y Empresas generadoras de innovación
- III.** Sectores y Empresas utilizadoras
- IV.** Biotecnología y Nanotecnología
- V.** Formación y Empleo
- VI.** Administraciones Públicas

Esta semana destaca

➔ **La publicidad on-line en EE.UU. registró niveles históricos en 2004 al facturar 7.400 millones de euros**

Pág. 2

http://www.libertaddigital.com:83/php3/noticia.php3?fecha_edicion=2005-05-03&numero_edicion=1453&cpn=1276250355&seccion=AME_D

➔ **Crecen un 84% las conexiones Wi-Fi en Chile**

Pág. 5

http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2005/0505/0305/noticias/noticias_030505-22.htm

➔ **Telefónica Móviles pone el foco en Latinoamérica y dispara la inversión en la zona**

Pág. 6

<http://www.aecomo.org/content.asp?contentid=3321&contenttypeid=2&catid=196&catttypeid=2>

➔ **Las Telecomunicaciones gozan de pleno empleo**

Pág. 8

http://www.vnunet.es/Actualidad/Noticias/Informática_profesional/Capital_humano/20050505048

➔ **El sector gubernamental aumentará su gasto en servicios de TI**

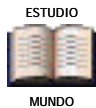
Pág. 9

<http://www.idg.es/dealer/actualidad.asp?id=41244>

I. Internet y Comercio Electrónico

→ Phishing


Los ataques de phishing aumentan en número y sofisticación técnica



Según ha alertado un nuevo informe del Grupo de Trabajo Anti-Phishing (APWG), los ataques de estafa a través de Internet por el método del phishing continúan creciendo y cada vez son más sofisticados. Hasta la fecha, el método más utilizado son los correos electrónicos de falsos remitentes (como entidades financieras) diseñados para atraer a las víctimas hacia páginas web que requieren que el usuario introduzca información personal. APWG, un grupo formado por empresas de tecnología y bancos, ha destapado 10 nuevas variantes de este tipo de programa cada semana durante febrero y marzo, y más de 100 páginas web diseñadas para engañar al usuario. Esto supone un gran incremento con respecto a noviembre y diciembre, cuando los expertos identificaron una o dos variantes y entre 10 y 15 sitios web fraudulentos a la semana.

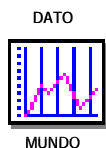
Ibrújula (06/05/05)

<http://iblnews.com/noticias/05/127949.html>

 El estudio indica que recibió más de 13.000 alertas de ataques de phishing durante el pasado mes de marzo, de cuyo análisis se extrae que EE.UU. continúa siendo la localización geográfica que hospeda más sitios phishing con más del 37%. Esto supone un aumento del 6% con respecto a los datos del mes anterior. Por detrás encontramos a China con un crecimiento superior al 10% hasta llegar al 28% del total de sitios phishing. Otros países significativos son, Corea del Sur (11%), Brasil (3.9%), Alemania (2.9%), Japón (2.5%), Canadá (2.3%), Argentina (1.8%), Francia (1.7%), y Rumania (1.5%). El sector más atacado por phishing continúan siendo los servicios financieros, tanto desde la perspectiva del número total de sitios atacados como del número de compañías (con un 78% del total de empresas atacadas).

→ Publicidad

La publicidad on-line en EE.UU. registró niveles históricos en 2004 al facturar 7.400 millones de euros



Según los datos recogidos por la Oficina de Publicidad Interactiva (IAB) y PricewaterhouseCoopers, los ingresos derivados de la inserción de anuncios en páginas web ascendieron a 9.600 millones de dólares en 2004, frente a los 7.270 millones conseguidos en 2003. Los ingresos del cuarto trimestre alcanzaron los 2.690 millones de dólares, el mayor nivel para un período de tres meses. Por categorías, lo más anunciado fueron productos para el consumidor (50%). A éste le siguieron la publicidad de ordenadores (18%), servicios financieros (17%), productos de salud (6%) y telecomunicaciones (4%). Aunque parecía imposible recuperar la bonanza alcanzada a finales de los de los 90, en 2004 se superaron las cifras registradas en 2000 y parece que la tendencia se mantendrá en el futuro.

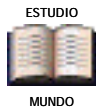
LibertadDigital (03/05/05)

http://www.libertaddigital.com:83/php3/noticia.php3?fecha_edi_on=2005-05-03&num_edi_on=1453&cpn=1276250355&seccion=AME_D

Según este mismo informe elaborado para el mercado español por el IAB Spain, el volumen de inversión publicitaria en Internet en España creció un 30,3% en 2004, hasta alcanzar 94,5 millones de euros, lo que supone el 1,53% de la facturación publicitaria nacional. Los sectores que más han invertido en el medio durante 2004 han sido Telecomunicaciones (19,6%), Finanzas (15,2%), Medios de Comunicación, Enseñanza y cultura (11,4%), Automoción (9,8%), Transportes y turismo (7,1%), portales verticales (3,3%) y varios (8,8%). Habiendo duplicado su nivel de inversión en Internet algunos como Finanzas, Belleza e Higiene, Automoción, Transporte y Turismo. En cuanto al nivel de inversión por tipo de formato, los que han recibido mayor inversión en 2004 siguen siendo los formatos integrados (banners y botones), que suponen el 20,8% de la inversión y los formatos integrados (rascacielos y robapáginas) suponen el 17,3% del total de la inversión.

→ Sitios web

Los sitios web deben fomentar el compromiso de sus usuarios



Tal como muestra un informe de Nielsen//Netratings, los sitios web deben fomentar el compromiso entre sus usuarios, para lograr tener una audiencia no sólo fiel, sino que tenga una frecuencia de visitas muy elevada. Las cifras de casi todos los informes que realizan las consultoras indican que en Estados Unidos la audiencia de Internet apenas está creciendo, y otro tanto ocurre con la audiencia específica de los principales sitios web. Según Nielsen, los elementos de un sitio web que ayudan a incrementar el compromiso de los usuarios y la frecuencia de visitas, son tres: contenido atractivo, interactividad y participación de personas con un mismo interés.

Netydea (04/05/05)

http://www.netydea.com/nweb/web-v2/spinformacion/index_informacion.asp?idinformacion=14056

II. Mercados y Empresas generadoras de Innovación

→ Seguridad

Un grupo de investigadores españoles crean un sistema para autenticar la voz

IDEA/OPINION



ESPAÑA

Investigadores españoles han desarrollado un sistema digital que funciona como una “marca de agua” insertada en las grabaciones de voz y que permite garantizar la autenticidad de las voces una vez que éstas se reproducen. Este complejo sistema consiste en introducir unos bits de información, que son una combinación de la señal de la voz, en un mensaje oral, y que al reproducirse no interfieren pero aportan unos datos descifrables con los medios adecuados que descubren si la voz ha sido manipulada. Entre las aplicaciones de esta nueva metodología, destaca por ejemplo su aplicación en el sector bancario donde se puede emplear para dar instrucciones de voz a través de Internet de manera segura y fiable.

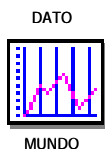
El Mundo (05/05/05)

<http://www.elmundo.es/navegante/2005/05/05/esociedad/1115279881.html>

III. Sectores y Empresas utilizadoras

→ Móviles Europa

Europa Occidental en 2007 al 100% de penetración móvil



Tal como muestran los datos de la consultora Analysis Research, la penetración activa de los móviles, que excluye a los teléfonos que no han sido usados durante tres meses, crecería hasta el 90% en 2006 y llegaría al 98% en 2007; eventualmente sobrepasaría el 100% en el oeste de Europa. De hecho, ya existen tantos teléfonos móviles como personas en países como Inglaterra, Italia o Suecia. Por otro lado, Analysis espera que los ingresos del servicio de los móviles crezcan a un robusto 9% al año hasta 2007, ayudados por los nuevos video teléfonos de tercera generación (3G), pueden atraer a los consumidores a ahondar en los servicios de datos móviles como las fotografías de calidad, Internet y servicios de música.

LaFlecha.net (05/05/05)

<http://www.laflecha.net/canales/moviles/noticias/200505052/>

→ Wi-Fi

Crecen un 84% las conexiones Wi-Fi en Chile



De acuerdo al mapa Wi-Fi que elabora el Centro de Estudios de Economía Digital de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), el número de hotspots públicos a lo largo del territorio nacional alcanzó a 561 a fines de abril, gracias a la apertura de 256 nuevos puntos durante el primer cuatrimestre. Esta evolución representa un crecimiento del 84% en relación a diciembre de 2004. Al igual que en otros países, en Chile la mayoría de los hotspots han sido desplegados en cadenas de restaurantes, centros comerciales, aeropuertos, comunidades de negocios, universidades, empresas, etc. A juicio de la CCS, esta gran expansión se debe principalmente a la agresividad de las estrategias de penetración adoptadas por algunos de los operadores relevantes de la industria de las telecomunicaciones.

Noticiasdot (03/05/05)

http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2005/0505/0305/noticias/noticias_030505-22.htm

El Centro de Estudios de Economía Digital estima que actualmente en Chile hay cerca de 30.000 usuarios de puntos de acceso público a Internet a través de Wi-Fi. Tal como ocurre con otras tecnologías, las tasas de penetración se encuentran aún por debajo de las observadas en países desarrollados, en donde cada hotspot cuenta en promedio con unos 500 usuarios. En cuanto al perfil del usuario está identificado con varones entre 25 y 40 años, de alto nivel educación y buena posición social, familiarizados con la tecnología y que navegan en promedio una hora al mes. Si bien los usos son diversos, existe un factor en común como es la orientación a la explotación de aplicaciones productivas, tales como correo electrónico, el acceso a sistemas remotos corporativos, y lectura de noticias nacionales e internacionales.

→ Penetración

España se sitúa a la cola de la UE en número de ordenadores en 2004



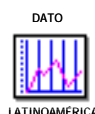
Según un informe del Instituto de Estudios Económicos, España contaba en 2004 con 18 ordenadores por cada 100 habitantes, una dotación que se sitúa por detrás de casi todos los países de Europa Occidental y que resulta insuficiente en una comparación internacional y a la vista de la importancia que le corresponde a la economía española dentro de la UE. El ranking aparece liderado por EE.UU., con 80 ordenadores. A continuación, figuran tres países nórdicos (Dinamarca, Noruega y Suecia), con cifras del entorno de los 59 ordenadores por 100 habitantes. El promedio de Europa Occidental se sitúa en 34. Países como Austria, Irlanda y Francia se ubican en esa media, pero Bélgica está por debajo, con 31, e Italia también, con 21. Portugal cuenta con 18, los mismos que España, y por detrás sólo aparece Grecia, con 12.

Noticias.com (03/05/05)

http://www.noticias.com/index.php?action=mostrar_articulo&id=65053&IDCanal=1&seccion=&categoria=

→ Móviles Latinoamérica

Telefónica Móviles pone el foco en Latinoamérica y dispara la inversión en la zona



España siempre será la raíz que permite el crecimiento, pero Latinoamérica cobrará este año una importancia especial en Telefónica Móviles. La operadora disparará un 50% la inversión en esta zona, que supondrá el 45% de las ventas gracias a la operación Bellsouth. En concreto, serán 7.700 millones de euros en los próximos cuatro años, 1.700 millones están dedicados a España, y a América Latina se destinan casi 6.000 millones a razón de 1.500 millones al año. El destino de estos fondos será principalmente la red GSM, que se potenciará en México, Argentina y Chile. Pero, Telefónica Móviles también quiere llevar esta tecnología a otros países y hará un despliegue progresivo en Colombia, Ecuador y Uruguay.

Aecomo (06/05/05)

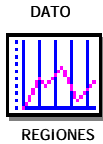
<http://www.aecomo.org/content.asp?contentid=3321&contenttypeid=2&catid=196&cattypid=2>

Una muestra clara de la importancia que ha adquirido el mercado latinoamericano para la operadora es el cambio de imagen que ha llevado a cabo en el último mes. Telefónica Móviles va a invertir 75 millones de euros para unificar su imagen en trece países (España, México, Argentina, Chile, Venezuela, Colombia, Perú, Ecuador, Panamá, Guatemala, El Salvador, Uruguay y Nicaragua) bajo la marca Movistar, que contará con un nuevo diseño. Telefónica Móviles considera que la unificación de marcas comerciales conllevará importantes ventajas. Según la operadora, le permitirá conseguir un mismo posicionamiento en todas las operaciones, facilitar la traslación de las mejores prácticas, compartir recursos de una región o un país a otro, aprovechar sinergias y ahorrar en producción de publicidad.

IV. Biotecnología y Nanotecnología

→ Biotecnología

Cataluña entra a formar parte de la alianza biomédica más importante del sur de Europa



Según anunció esta semana el conseller de Universidades, Investigación y Sociedad de la Información de la Generalitat, Cataluña ha entrado a formar parte del 'EuroBioCluster' del Sur de Europa, una red de regiones y ciudades recién constituida que agrupa a centros de investigación, parques tecnológicos, universidades y empresas dedicadas al sector de la biomedicina y biotecnología aplicado a la salud. Este acuerdo pretende ser un instrumento de competitividad y de construcción europea que sea un punto de contacto de la UE para la definición de las líneas estratégicas y políticas de financiación, así como para la medida de su impacto. Actualmente, ya existe otra agrupación de estas características que reúne a los países nórdicos y se prevé la futura constitución de dos más, una en el este y otra en el Oeste de Europa.

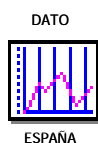
Diariomédico (02/05/05)

<http://www.diariomedico.com/edicion/noticia/0%2C2458%2C625746%2C00.html>

V. Formación y Empleo

→ Portales empleo

Aumentan los usuarios españoles que buscan empleo a través de Internet



Según datos de la compañía especializada en la medición de audiencias en Internet Nielsen//Netratings, el tráfico de internautas españoles a los portales de empleo se incrementó un 15% en un año, al pasar de 976.000 usuarios en marzo de 2004 a un total de 1,12 millones en el mismo mes de este año. Cada usuario efectuó una media de cuatro visitas el pasado marzo, lo que supone un aumento del 2,8% respecto a 2004, y el número de páginas de empleo vistas por los candidatos se incrementó en un 8,7%, hasta superar la cifra de 53,8 millones, lo que representa una media de 48 páginas vistas por usuario. Por otro lado, se produjo una reducción del 20,4% en el tiempo medio de navegación respecto a 2004, que Nielsen//Netratings atribuye a que los internautas saben a qué portales acudir y cómo moverse por la red.

Noticiasdot (02/05/05)

http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2005/0505/0205/noticias/noticias_020504-01.htm

→ Telecomunicaciones

Las Telecomunicaciones gozan de pleno empleo



Según un informe elaborado por el Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicaciones (COIT), el 91,2% de los profesionales del sector está actualmente trabajando, lo que significa un descenso en el desempleo de tres puntos desde el año 2002. Asimismo, este informe indica que el peso de los empleados públicos en la profesión continúa siendo escaso, tan sólo el 14,2% de los ingenieros de telecomunicaciones ocupa un puesto de trabajo dentro de la Administración, de los que, casi la mitad corresponden a la docencia, dentro de la Universidad. Para el COIT, este dato es preocupante si se tiene en cuenta que el Gobierno está apostando por el impulso de la Sociedad de la Información y está desarrollando nuevos servicios y aplicaciones como son la ventanilla única y el DNI electrónico.

Vnunet (06/05/05)

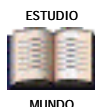
http://www.vnunet.es/Actualidad/Noticias/Informática_profesional/Capital_humano/20050505048

📍 Según la encuesta del COIT, el 66,4% de los ingenieros de telecomunicaciones trabaja en el sector TIC. Cerca de la mitad de los consultados (45%) de este sector trabajan en operadoras y/o suministradoras de equipos y sistemas de telecomunicación. Las proveedoras de servicios y aplicaciones, en las dos vertientes recogidas, representan 1 de cada 5 empresas (19,5%) del sector TIC, tras las que se sitúan las consultoras (15,5%) y dos variedades de empresas suministradoras como son las más directamente relacionadas con los equipos y sistemas informáticas (10%) y las de sistemas electrónicos e industriales (4%). El 2% restante se lo reparten las instituciones reguladoras (1,6%) y las comercializadoras de componentes electrónicos. A parte, el resto de ingenieros de telecomunicaciones (32,6%) trabaja en el sector NO TIC según la clasificación definida en el estudio del COIT.

VI. Administraciones Públicas

→ Gasto TI

El sector gubernamental aumentará su gasto en servicios de TI



Un estudio publicado recientemente por la consultora IDC muestra que todos los gobiernos de Europa Occidental están aumentando sus gastos en servicios de Tecnologías de la Información, a pesar de lo cual, los niveles de sofisticación de los servicios on-line varían de un país a otro. Según los datos de IDC, en 2003 cerca del 12% del gasto total en servicios de TI en el sector gubernamental en la región de Europa Occidental tuvo que ver con proyectos de e-government. Esto representa un valor de 2.600 millones de dólares. De cumplirse las previsiones, los servicios de e-government experimentarán un rápido crecimiento hasta alcanzar los 4.200 millones de dólares en 2008, con un incremento anual del 10,5%.

DealerWorld (04/05/05)

<http://www.idg.es/dealer/actualidad.asp?id=41244>

Parte del trasfondo de este incremento del gasto gubernamental en servicios de TI es la concreción del Plan de Acción eEurope 2005. Para la elaboración de este análisis de la evolución del e-government, la consultora ha añadido a los indicadores oficiales de la UE otros propios, de forma que establece cada año un ranking de los países de Europa Occidental. El análisis de los estudios elaborados a lo largo de los últimos años marca una pauta clara, los países del norte de Europa se muestran como los que cuentan con servicios de e-government más sofisticados y con una población más preparada para su utilización. Por supuesto, la situación se explica por la mayor penetración de Internet y la relación del gasto TIC con respecto al PIB existente en estos países del norte de Europa, que cuentan con fases más avanzadas dentro de la media de la UE15.

→ Webs autonómicas

Cuatro webs autonómicas entre las más visitadas



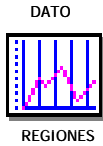
El EGI (Estudio General de Internet) ha hecho pública la lista de los 80 portales españoles más frecuentados durante los 3 últimos años. Se trata, según explica EGI, de un informe sobre los sitios de Internet que se han mantenido entre los 200 más visitados durante las cinco últimas oleadas que ha realizado el Estudio. De las webs institucionales incluidas en esta lista, sólo dos son de ámbito nacional, la de la Agencia Tributaria (aeat.es) y la del Boletín Oficial del Estado (boe.es). Sin embargo, cuatro sitios de Internet de gobiernos autónomos aparecen destacados en la clasificación, concretamente, gencat.es (Cataluña), andaluciajunta.es (Andalucía), madrid.org (Madrid) y gva.es (Valencia).

El País (06/05/05)

http://www.elpais.es/articuloCompleto.html?d_date=20050506&xref=20050506elpepnet_7&type=Tes&anchor=elpportec

→ Estrategia SI

El Ayuntamiento de Madrid incluye servicios móviles en su Estrategia para la SI



El Ayuntamiento de Madrid está llevando a cabo diversas iniciativas para incorporar las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) al día a día de los ciudadanos y, así, ofrecer más y mejores servicios a la población madrileña. Dentro de estas iniciativas destacan las destinadas a incorporar la telefonía móvil a sus servicios. En Madrid ya es posible conocer de forma instantánea, a través de mensajes cortos, cuánto va a tardar en llegar el autobús de la EMT a la parada; en qué parking municipal ha depositado la grúa un vehículo mal estacionado o cuál es la historia de un hotel que el turista contempla a pie de calle. Otras prestaciones aún más básicas, como la seguridad, también disponen de las ventajas de las nuevas tecnologías.

Aecomo (04/05/05)

<http://www.aecomo.org/content.asp?contentid=3292&contenttypeid=2&catid=199&cattypoid=2>

📍 Dentro de esta incorporación a la Estrategia para la SI de la telefonía móvil, destaca el apoyo a las infraestructuras que estos servicios precisan y que suponen una de las principales barreras para las operadoras. Así, desde el Ayuntamiento se ofrece la posibilidad de utilización de edificios públicos para ubicar las infraestructuras, un respaldo decidido hacia la nueva generación de telefonía móvil UMTS y la interoperabilidad de redes móviles con otras redes. Sin embargo, el Alcalde de Madrid apunta que las operadoras de servicios móviles deben colaborar activamente en la difusión y el acercamiento de las posibilidades que las nuevas tecnologías móviles ofrecen a los ciudadanos más allá de su función tradicional de comunicación.